

NEWS

100 Agenten auf 7107 Inseln

Während alle anderen sparen, legen die Philippinen kräftig los: Kuoni, Wettstein, Tourasia, Flex Travel und Singapore Airlines laden Ende Mai 100 Agenten zu einem einwöchigen Famtrip in die 7107 Eilande umfassende Inselwelt der Philippinen ein. Federführend ist das Philippine Department of Tourism in Frankfurt mit Venus Tan und Daks Gonzalez.

Mövenpick in Shanghai

Die Mövenpick Hotels und Resorts eröffneten am 1. April 2009 ein Büro in Shanghai. Unterstützt wird damit der Aufbau in China.

Thai unter einem Dach

Seit dem 29. März 2009 fliegt Thai Airways sämtliche Verbindungen ab Bangkok nur noch ab dem internationalen Flughafen Suvarnabhumi. Bisher fand eine Reihe von Domestic-Flügen noch ab dem alten Flughafen Don Muang statt.

Travel Expo in Hong Kong

Vom 11. bis zum 14. Juni 2009 findet im Hong Kong Convention and Exhibition Centre zum 23. Mal die «International Travel Expo» statt. Erwartet werden 12 900 Fachbesucher, 360 davon als «Hosted Buyers». Gleichzeitig findet bis zum 13. Juni die ITE MICE statt.

Erstmals Philippinen-Katalog

Der Thuner Asien-Veranstalter GerbAirtours hat erstmals einen separaten Katalog für die Philippinen aufgelegt.

Öko-Tourismusjahr in China

Dank der Zusammenarbeit mit internationalen Organisationen soll in China künftig grüner gereist werden. 2009 wurde deshalb zum Öko-Tourismusjahr in China erklärt.

Kein Alkohol zum Neujahr?

Eine Anti-Alkohol-Bewegung möchte, dass während des thailändischen Neujahrs vom 11. bis 15. April der Alkohol-Ausschank verboten wird. Vor allem Verkehrsunfälle sind der Grund. Das Verbot dürfte kaum etwas nützen, der Alkohol wird einfach früher eingekauft.

Von Top bis Flop gibt's alles

Von Emil Hager

Fernost, allen Destinationen voran Thailand, bleibt ein wichtiges Reiseziel der Schweizer. Doch auch Asien leidet unter der Wirtschaftskrise, wie die Asien-Veranstalter durchblicken lassen.

So recht herausrücken will keiner. Von den sieben von der ST befragten Asien-Veranstaltern machen nur Tourasia (–19%), Wettstein (–9%) sowie Intertravel Asia (ca. –20%) einigermaßen genaue Angaben. Die anderen vier TOs flüchten sich in Angaben wie: «knapp auf Vorjahreskurs (Roberto Luna, Hotelplan und M-Travel), «die Minuszahlen liegen im tiefen einstelligen Bereich» (Rolf Weber, Fantasia), «in Malaysia, Singapur und Indonesien bewegen wir uns auf Vorjahresniveau, bei den anderen Destinationen etwas unter dem Vorjahr» (Thomas Graf, Kuoni) oder noch weniger stichhaltig tönt es von Flex Travel: «Unser aktueller Buchungsstand liegt im Rahmen der Erwartungen», erklärt Gunnel Burri.

So oder so, man kann es drehen und wenden wie man will, Asien erlebte schon bessere Zeiten. Für Weltuntergangsstimmung gibt es jedoch keinen Grund. «Da müssen wir durch und bereit sein, wenn das Geschäft wieder anzieht», lautet der Tenor der Asien-Veranstalter.

Wie treten die Anbieter der aktuellen Marktsituation entgegen? Bei Tourasia setzt

man auf Ausbau des Qualitätsmanagements in der Schweiz und in Asien, intensive Schulungen und Kurse des Personals sowie vorgezogene Ausbildungsreisen. Zudem: «Dieses Jahr wollen gleich drei Mitarbeiter unbezahlte Ferien beziehen. Dies trifft sich ideal», erklärt Roemer. Seine Kosten und Strukturen seien seit jeher schlank gewesen und seine Leute von früheren Situationen in Asien entsprechend «krisenerprobt».

«Airlines sind zu wenig fit»

«Im Moment ist guter Rat teuer», sagt Andy Wetter von Intertravel. Um das Geschäft wieder etwas anzukurbeln, werden Sonderaktionen mit Flyern gemacht. Er, wie auch die anderen Veranstalter, stellen selbst bei Asien einen starken Hang zur Kurzfristigkeit fest. «Die Specials jagen sich im Wochentakt», erklärt Ruth Landolt von Wettstein. Kuoni versucht beispielsweise mit dem in Zürich verkehrenden Thai-Tram zusätzliche Nachfrage für Asien zu generieren.

Wichtige Leistungsträger sind die Fluggesellschaften. Was erwarten die Veranstalter



Dunkle Wolken nicht nur über Hong Kong, sondern über ganz Asien. Die Showtime ist vorbei. Es muss viel unternommen werden, um das Geschäft wieder anzukurbeln.

von diesen? «Der Markt beschert genügend freie Plätze zu vorteilhaften Konditionen. Den Kunden freut's», erklärt Rolf Weber von Fantasia. Hier scheiden sich die Geister der Veranstalter. Während einige stabilere und günstigere Preise wollen, sagen andere (Andy Wetter): «Ich hoffe, dass die Preise nicht noch weiter in den Keller sinken. Wenn jemand nicht reisen will, kann man ihn nicht zwingen.»

Ruth Landolt sagt es klipp und klar: «Von den Airlines erwarten wir, dass sie mit uns zusammenarbeiten und nicht andauernd unsere GITs auf dem Markt unterbieten.» Auch Stephan Roemer findet noch viel Verbesserungspotential bei den Fluggesellschaften. So bemängelt er die Marketingpläne, die unrealistischerweise auf Wachstum und Mehrerträge ausgerichtet seien, aufgeblasene Strukturen verunmöglichten schnelle und angepasste Entscheide. Zudem: «Die meisten Airlines sind noch zu wenig fit, um eine Krise erfolgreich auszustehen.» Man müsse mehr aufeinander zugehen und Marketingaktionen

abstimmen. Zudem könne der Vertriebskanal Reisebüro einiges bewirken. «Airlines, steigt vom hohen Thron und geht auf eure Vertriebspartner zu», mahnt er.

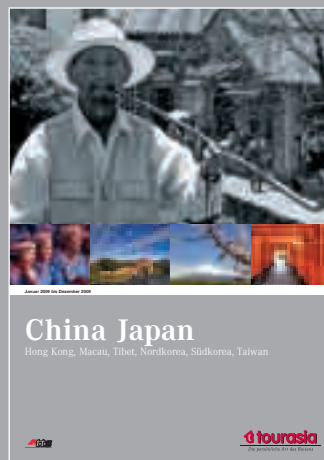
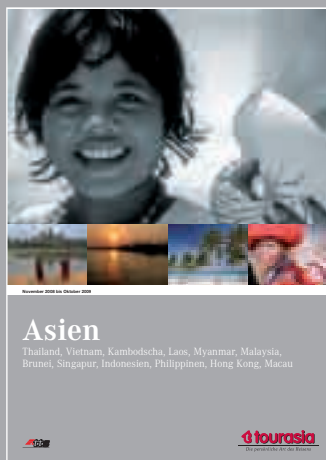
Mega-Famtrip für 100 Agenten

Auch von den Fremdenverkehrsämtern erwarten die TOs klar mehr. Roberto Luna: «Tunesien hat aktuell die ganze Schweiz beklebt. So etwas könnten doch die Asiaten auch machen», meint er. Auch Fremdenverkehrsämter müssten, so Gunnel Burri, mit geeigneten Marketingmassnahmen mehr Dynamik in den Markt bringen. Und Stephan Roemer stellt fest, dass es hier von Flops bis Tops alles gäbe. «Leider ist es so, dass die Ländervertretungen nicht antizyklisch reagieren. Sie haben nicht jetzt, wo es nötig wäre, mehr Budget zur Verfügung», sagt Thomas Graf. Als löbliche Ausnahme erwähnt er die Philippinen, die just zu diesem Zeitpunkt zusammen mit Kuoni, Tourasia, Wettstein, Flex Travel und Singapore Airlines einen Mega-Famtrip für 100 Schweizer Agenten organisieren. ◆

SWISS STREICHT SINGAPUR

Vor Jahresfrist zollte Singapore Airlines dem Schweizer Markt Respekt und legte eine zweite tägliche Verbindung Zürich-Singapur auf. Dies wird, mit Ausnahme der schwachen Sommerwochen – wo von 14 auf 12 wöchentliche Rotationen reduziert wird – so bleiben. Ob die Swiss sich dem Vorpreschen von SIA beugen musste, als sie vor bald zwei Wochen bekanntgab, Singapur nicht mehr anzufliegen? Fakt ist jedenfalls, dass die Lufthansa-Tochter ihre bisherigen sechs wöchentlichen Flüge von Zürich via Bangkok nach Singapur nur noch bis in die Hauptstadt Siam fliegen wird. Für Sheldon Hee, den General Manager von Singapore Airlines, ist dies jedoch kein Grund zur Freude: «Wir setzen auf den Hub Singapur. Jede Airline, die von dort wegzieht, ist ein Verlust für die Stadt.» Die ins Stocken geratene Codeshare-Diskussion mit SIA wird für Swiss nun wieder ein Thema.

tourasia, persönlich und individuell. Vertrauen Sie auf 250 Jahre Erfahrung in Asien.



tourasia
Die persönliche Art des Reisens

tourasia, Grindelstrasse 5, 8304 Wallisellen, Telefon 043 233 30 60, Fax 043 233 30 79
mail@tourasia.ch, www.tourasia.ch